ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE QUÉBEC DURANT L'ÉTÉ 1982

Québec

85-3637/

ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE QUÉBEC DURANT L'ÉTÉ 1982

GOUVERNEMENT DU QUEBEC
Ministère du Tourisme

710, Place d'Youville
Québec (Québec)
G1R 4Y4

Publié par la Direction des communications

Préparé par la Direction générale du tourisme

Service analyse et programmation
Août 1984

Dépôt légal : 4ième trimestre 1984

Bibliothèque nationale du Québec

©Gouvernement du Québec

ISBN no: 2-550-11451-5

AVANT-PROPOS

Le secteur de l'hébergement et plus particulièrement celui des établissements hôteliers constitue un des piliers des revenus de l'industrie touristique avec un apport de 25 % à 30 % des recettes. Il est de plus un des indicateurs clefs pour identifier la provenance et l'importance des touristes qui viennent au Québec: Montréal et Québec sont les deux (2) agglomérations qui hébergent le plus de touristes au Québec.

C'est pourquoi, afin d'améliorer notre connaissance de notre clientèle touristique, la Direction générale du tourisme a décidé d'effectuer une étude sur l'origine et la durée de séjour des touristes venus dans les établissements hôteliers de Québec et de Montréal durant l'été 1982.

Ce mandat a été confié au Service analyse et programmation qui a notamment pour rôle d'effectuer des sondages et des études sur les marchés et produits touristiques.

MICHEL ARCHAMBAULT,
Sous-ministre adjoint
au Tourisme

FAITS SAILLANTS

Cette étude avait comme objectif général d'ajouter à nos connaissances sur la clientèle touristique du Québec et plus particulièrement sur des questions relatives à son origine, à sa durée de séjour, au taux d'occupation des établissements hôteliers et à l'importance relative de la clientèle de groupe par rapport à la clientèle autonome. Une étude similaire a été faite sur la clientèle de la région de Montréal.

Nous avons consulté environ 29 000 fiches d'enregistrement prélevées auprès de 22 établissements et réparties sur 28 jours de l'été 1982. Lors de la cueillette des données, nous avons réparti la clientèle en 120 origines possibles. Pour l'analyse des résultats, nous avons ramené ce nombre à 63 origines dont l'importance s'est avérée significative.

La répartition des inscriptions selon les quatre grandes origines nous donne le résultat suivant: le Québec 46,5%, les États-Unis 31,2%, les autres provinces canadiennes 19,1% et les autres origines 3,2%.

La région de Montréal vient au premier rang avec 42,4 % de la clientèle québécoise. Environ 83 % de la clientele américaine réside a moins de 1 000 milles de la ville de Québec, la région métropolitaine de New York fournissant 15,1 % de la clientèle américaine. Quant aux inscriptions d'autres provinces canadiennes que le Québec, l'Ontario en fournit 73,3% et la région de Toronto contribue à 33,6% de cette province. Aucune autre province ne fait une contribution importante. La clientèle d'"autres pays" provient surtout de l'Europe de l'Ouest avec 59,4% de la clientèle de ce groupe. De ce groupe d'"autres pays", la France vient en tête, suivie respectivement du Japon et du Mexique.

Sur la base des inscriptions, la provenance de la clientèle varie considérablement selon la classe d'établissement, les établissements de 2, 3 et 4 lys recevant davantage une clientèle québécoise alors que les établissements d'une classification plus élevée reçoivent considérablement plus de clients étrangers qu'attendu statistiquement.

La durée moyenne de séjour pour l'ensemble des inscriptions a été de 1,82 jour. Plus l'établissement compte de lys, plus la durée moyenne de séjour s'allonge passant de 1,28 jour pour les établissements de 2 lys à 2,29 jours pour les établissements de 6 lys. L'origine du client influence également la durée moyenne de séjour. En général, plus le client vient de loin, plus il séjourne longtemps dans le même établissement tel que l'indiquent les résultats suivants: Québec (1,51), autres provinces canadiennes (2,04), "autres pays" (2,06) et Etats-Unis (2,12). Ces résultats confirment que la clientèle est essentiellement une clientèle de passage ou tout au plus une clientèle de très court séjour.

L'importance relative de la clientèle selon les quatre grandes origines a été évaluée en pondérant l'importance relative des inscriptions de ces régions par leur durée moyenne de séjour respective. Ainsi, sans que leur rang d'importance ne change, la part du marché québécois diminue à 38,6 %, tandis que celle du marché américain monte à 36,3 %, celle du marché des autres provinces canadiennes monte à 21,4 % et celle des autres origines monte à 3,7 %.

Le taux d'occupation global pour l'été 1982 fut évalué à 71.8%. Ce taux d'occupation varie sensiblement selon la classe d'établissement, ceux de 2 lys affichant un taux d'occupation de 61,6% et ceux de 3 lys 83.2%. Pour la taille, ce sont les petits et moyens établissements qui ont le meilleur taux d'occupation avec 74% versus 71% pour ceux de grande taille (200 chambres et plus).

En ce qui concerne les types de clientèle, nous avons considéré comme touristes de groupes, les clients faisant partie d'un voyage organisé et ceux venant assister à un congrès ou à toute manifestation apparentée, les autres clients étant considérés comme clients autonomes. Selon l'information disponible chez les hôteliers, nous avons répertorié au moins 21,8% des inscriptions qui correspondaient à notre définition de touristes de groupes. Toutefois, ce résultat varie considérablement selon la classe d'établissement. A titre d'exemple, les établissements de 2 lys comptaient 1,7% de leur clientèle qui correspondait à cette définition alors que ceux de 6 lys en comptaient 38,8%.

Selon l'origine du client, on observe des différences importantes dans la répartition du type de clientèle. En effet, la clientèle de groupe est de 8,0% pour les Québécois, de 23,5% pour les Canadiens des autres provinces, de 36,4 % pour ceux des "autres pays" et de 39,7 % pour les "Américains".

A partir des résultats de l'étude, on peut tirer un certain profil comparatif des clientèles selon leur origine en examinant comment ces clientèles se démarquent de l'ensemble de la clientèle.

De façon générale, la clientèle d'origine québécoise provient surtout de la région de Montréal, voyage de façon autonome plus que toute autre, s'inscrit plus souvent à 1 personne et à 3 personnes et plus, davantage dans des établissements de quatre et deux lys et y séjourne moins longtemps que l'ensemble de la clientèle.

La clientèle des autres provinces canadiennes provient surtout de l'Ontario (73,3%) et particulièrement de Toronto (24,6%). Cette clientèle voyage plus souvent de façon autonome et s'inscrit plus souvent à deux personnes. Sa durée de séjour est la plus faible de tous les touristes autres que du Québec, mais de peu. Elle préfère un peu plus les établissements de 5 et 6 lys tout en ne dédaignant pas les autres lys.

La clientèle américaine provient à 83% d'un rayon inférieur à 1 000 milles de Québec, très souvent de la région de New York City (15,1%). Cette clientèle s'inscrit à deux personnes beaucoup plus souvent que la moyenne et à trois personnes et plus très souvent. Sa durée de séjour est sensiblement supérieure à la moyenne (2,12). Cette clientèle est celle qui voyage le plus souvent en groupe (39,7%), fréquente peu les établissements de 2 et 4 lys se retrouvant le plus souvent dans les établissements de 6 lys (47% de la clientèle des 6 lys).

La clientèle des autres pays provient majoritairement de l'Europe de l'ouest (59,4%). C'est celle qui voyage le plus souvent en groupe (36,4%) et qui séjourne le plus longtemps dans le même établissement (2,06 jours) après les Américains, les suivant de près dans ces deux cas. Elle a tendance à s'inscrire à deux et à trois personnes et plus. Cette clientèle semble avoir une préférence pour les établissements de 6 lys.

TABLE DES MATIÈRES

page

AVANT-PROPOS:..... I

FAITS SAILLANTS..... II

TABLE DES MATIÈRES..... VI

1. INTRODUCTION..... 1

1.1 Les objectifs de l'étude..... 2
1.2 Présentation séparée des résultats de la région de Montréal et de la région de Québec..... 3
1.3 Les intervenants impliqués dans la réalisation de l'étude..... 3

2. LA MÉTHODOLOGIE..... 5

2.1 L'unité d'échantillonnage..... 6
2.2 La période de référence..... 6
2.3 Le territoire couvert..... 6
2.4 La stratification de l'échantillon..... 6
2.5 La technique d'enquête..... 9
2.6 L'ensemble des répondants..... 10
2.7 La pondération..... 10

3. ANALYSE DES RÉSULTATS..... 13

3.1 L'analyse des résultats globaux..... 14
3.1.1 Répartition des inscriptions selon la classe d'établissement..... 14
3.1.2 Répartition des inscriptions selon la taille des établissements..... 15

TABLE DES MATIÈRES (suite)

page

3.1.3 Répartition des inscriptions selon le mois de l'année..... 16

3.1.4 Répartition des inscriptions selon la journée de la semaine..... 17

3.1.5 Répartition des inscriptions selon le nombre d'occupants..... 17

3.1.6 Répartition des inscriptions selon la durée de séjour..... 18

3.2 Analyse des résultats en fonction des objectifs spécifiques de l'étude..... 19

3.2.1 L'origine des touristes..... 19

3.2.1.1 Analyse de l'origine des touristes en fonction des autres variables..... 25

3.2.1.2 Répartition de la clientèle selon l'origine et la classe de l'établissement..... 25

3.2.1.3 Répartition de la clientèle selon l'origine et la taille de l'établissement..... 27

3.2.1.4 Répartition de la clientèle selon l'origine et le mois de l'inscription..... 28

TABLE DES MATIÈRES (suite)

page

3.2.1.5 Répartition de la clientèle selon l'origine et le type d'occupation..... 29

3.2.2 La durée moyenne de séjour..... 31

3.2.2.1 La durée moyenne de séjour selon la classe d'établissement..... 32

3.2.2.2 La durée moyenne de séjour selon la taille d'établissement..... 32

3.2.2.3 La durée moyenne de séjour selon le mois..... 33

3.2.2.4 La durée moyenne de séjour selon la journée de la semaine..... 33

3.2.2.5 La durée moyenne de séjour selon le nombre d'occupants..... 34

3.2.2.6 La durée moyenne de séjour selon l'origine..... 34

3.2.2.6.1 La durée moyenne de séjour des Québécois..... 36

3.2.2.6.2 La durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois..... 37

3.2.2.6.3 La durée moyenne de séjour des Américains..... 37

TABLE DES MATIÈRES (suite)

page

3.2.2.6.4 La durée moyenne de séjour des touristes des "autres pays"..... 38

3.2.2.7 Commentaires..... 39

3.2.3 Le taux d'occupation des établissements hôteliers.. 41

3.2.3.1 Le taux d'occupation selon la classe d'établissement..... 44

3.2.3.2 Le taux d'occupation selon la taille de l'établissement..... 45

3.2.3.3 Le taux d'occupation selon le mois..... 46

3.2.3.4 Commentaires..... 47

3.2.4 L'importance relative du tourisme de groupe..... 47

3.2.4.1 L'importance relative des types de touristes selon la classe de l'établissement..... 48

3.2.4.2 L'importance relative des types des touristes selon la taille de l'établissement..... 49

3.2.4.3 L'importance relative des types de touristes selon le mois..... 49

TABLE DES MATIÈRES (suite)

page

3.2.4.4 L'importance relative des types de touristes selon la durée de séjour..... 50

3.2.4.5 L'importance relative des types de touristes selon les principales origines..... 51

4. CONCLUSION..... 53

5. ANNEXE: LES FAITS SAILLANTS DE L'ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL DURANT L'ÉTÉ 1982 ET COMPARAISON AVEC LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE LA RÉGION DE QUÉBEC..... 57

5.1 Les faits saillants de l'étude de la région de Montréal..... 59

5.2 Comparaison schématique des principaux résultats obtenus dans les deux études..... 63

5.2.1 L'origine de la clientèle..... 63

5.2.2 La durée moyenne de séjour..... 64

5.2.3 Répartition procentuelle des jours d'occupation selon l'origine..... 64

5.2.4 Taux d'occupation..... 64

5.2.5 Importance relative du tourisme de groupe..... 65

1. INTRODUCTION

1.1 Les objectifs de l'étude

Dans le but de mieux connaître la clientèle touristique du Québec et particulièrement afin de mieux la rejoindre par son programme de publicité, le Service analyse et programmation de la Direction générale du tourisme s'est vu confier une étude dont les objectifs plus spécifiques devaient être les suivants:

- connaître l'origine des touristes ayant séjourné dans les établissements hôteliers des régions métropolitaines de Montréal et de Québec au cours de l'été 1982;
- de mesurer la durée moyenne de séjour de ces touristes;
- de mesurer le taux d'occupation de ces établissements hôteliers;
- d'évaluer l'importance relative du tourisme de groupe dans ces deux régions.

1.2 Présentation séparée des résultats de la région de Montréal et de la région de Québec

Pour les fins de la présentation des résultats, deux rapports furent élaborés. Le premier rend compte des résultats obtenus dans la région de Montréal alors que le second rend compte des résultats obtenus dans la région de Québec.

1.3 Les intervenants impliqués dans la réalisation de l'étude

L'étude a été réalisée conjointement par messieurs Pierre Boies, Laurent Brunet et Denis Guillet. Monsieur Raymond Dépatie de la Direction générale du tourisme a défini les objectifs, la méthodologie et les clientèles visées. Le Service de l'hôtellerie a apporté une contribution majeure à la cueillette des données dans les établissements hôteliers sélectionnés. La firme CROP Inc. a effectué le traitement des données selon le plan de traitement que nous lui avons soumis. Monsieur Laurent Brunet a rédigé le rapport sur les données obtenues dans notre échantillon de Montréal alors que monsieur Denis Guillet a fait de même pour les données obtenues de notre échantillon de Québec.

Nous tenons à souligner la précieuse collaboration des établissements hôteliers des régions de Montréal et de Québec qui nous ont gracieusement permis l'accès à leurs registres malgré les dérangements que celà pouvait leur occasionner.

2. MÉTHODOLOGIE

Essentiellement, la méthodologie utilisée pour remplir le mandat a consisté à recueillir les données de base à même les fiches d'enregistrement des clients des établissements hôteliers sélectionnés. Une description plus détaillée de la méthodologie suit:

2.1 L'unité d'échantillonnage

La fiche d'inscription complétée par le client louant une chambre dans un établissement hôtelier classifié deux lys ou plus a constitué l'unité d'échantillonnage.

2.2 La période de référence

La période de référence s'étend du 1er juin au 30 septembre 1982. Ceci représente un total de 122 jours.

2.3 Le territoire couvert

Dans la région de Québec, nous avons retenu les villes de Québec, Sainte-Foy, Ancienne-Lorette, Beauport, Château-Richer et Sainte-Anne de Beaupré. Ces villes furent choisies en fonction du fait que sur la base des informations dont nous disposions, elles pouvaient être qualifiées de point de destination ou de voie importante d'acheminement pour la région.

2.4 La stratification de l'échantillon

Dans l'élaboration de l'échantillon, nous avons d'abord voulu nous assurer que tous les jours de la semaine des quatre mois considérés seraient représentés. Ainsi pour chaque mois, une date de départ a été déterminée au hasard parmi les jours composant le mois. Le jour de la semaine correspondant à cette date devenait le

premier jour-observation. Par la suite, nous avons sélectionné un jour-observation par huit jours de calendrier jusqu'à ce que tous les jours de la semaine soient représentés en revenant au début du mois si nécessaire. Le tableau 1 montre les jours ainsi sélectionnés.

Tableau 1
Journées d'enregistrement sélectionnées

JOURS	MOIS			
	juin	juillet	août	septembre
dimanche	6	4	1	19
lundi	14	12	9	27
mardi	22	20	17	7
mercredi	30	28	25	15
jeudi	10	8	5	2
vendredi	18	16	13	24
samedi	26	24	21	11

La région de Québec comptant sur une infrastructure hôtelière très diversifiée, nous avons voulu nous assurer qu'un nombre minimum d'établissements classés de 2 lys à 6 lys soient représentés dans l'échantillon.

Ce nombre minimum a été fixé à 25% des établissements d'une classe ou à deux établissements pour toute classe qui comptait moins de huit établissements. Pour les fin de notre étude, nous avons ignoré les établisse-

sont à l'effet que leur vocation touristique est limitée.

Selon le répertoire Hébergement Québec 1982, on retrouvait 81 établissements hôteliers comptant de 2 à 6 lys dans les municipalités de la région de Québec que nous avons retenues. La répartition par classe et par municipalité apparait dans le tableau suivant.

Tableau 2

Répartition des établissements hôteliers selon certaines municipalités de la région de Québec et selon leur classification.

Municipalités de la région de Québec

classification	Québec		Ste-Foy		Beauport		Château-Richer		Ste-Anne Beaupré		Ancienne-Lorette		Total	
	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n
2 lys	13	250	7	295	5	133	3	61	12	294	5	81	45	1114
3 lys	7	240	6	383	4	197	1	35	2	49	-	-	20	904
4 lys	3	320	6	676	1	57	-	-	-	-	-	-	10	1053
5 lys	2	792	1	349	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1141
6 lys	2	1090	1	318	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1408
TOTAL:	27	2692	21	2021	10	387	4	96	14	343	5	81	81	5620

Nous avons ainsi déterminé à 22 le nombre d'établissements requis pour la région de Québec soit 10 établissements de 2 lys, 5 établissements de 3 lys, 3 établissements de 4 lys, 2 établissements de 5 lys et 2 établissements de 6 lys. Le nom des établissements a été

choisi au hasard, de même que celui des établissements substituts. Nous avons dû recourir à cette liste d'établissements substituts a deux reprises, soit deux fois pour les établissements de deux lys.

2.5 La technique d'enquête

Les données furent recueillies par des employés du M.I.C.T. qui se sont rendus sur place transcrire les données sur des formules appropriées à partir des registres des établissements hôteliers inclus dans l'échantillon. Ainsi, les fiches d'enregistrement des clients qui se sont inscrits au cours des 28 jours-observation nous ont procuré les données suivantes:

1. l'origine du ou des clients.

   Le personnel préposé à la collecte des données devait inscrire l'adresse du client. Dans un deuxième temps, ces origines furent codifiées ou numérotées de 1 à 120. Dans le cas des villes auxquelles nous avons cru opportun d'attribuer un numéro d'identification, nous avons inclu sous le même numéro leurs villes de banlieue. Toutes les origines d'une province ou d'un état qui ne furent pas spécifiquement rattachées à un centre urbain important furent incluses sous les vocables "ailleurs dans la province" ou "ailleurs dans l'état".

2. le nombre d'occupants.

   Les nombres possibles d'occupants furent limités à trois soit 1, 2 ou 3 occupants et plus.

3. la durée de séjour.

   La durée de séjour fut limitée à 4 possibilités, soit 1, 2, 3 ou 4 nuits et plus.

4. le type de voyage, lorsque cette information était disponible.

   Par type de voyage, on entend ici les voyages qui sont faits de façon autonome d'une part et d'autre part, les voyages qui sont faits en groupe de même que les participations à des congrès.

2.6 L'ensemble des répondants

Les données furent recueillies à partir de 29 431 fiches d'enregistrement. Certaines d'entre elles furent retenues même si elles ne contenaient par toutes les informations désirées. Ceci explique que le total de tous les tableaux ne soit pas exactement le même. Certaines autres fiches d'enregistrement furent ignorées parce qu'elles ne contenaient pas suffisamment d'informations. Toutefois, dans les deux cas, il s'agit là de proportions très faibles de fiches d'enregistrement, ce qui n'a pas eu pour effet d'altérer les résultats.

2.7 La pondération

Vu l'utilisation d'un échantillon stratifié non proportionnel, il y avait lieu de pondérer les données afin d'en rétablir l'ordre proportionnel. Cependant, pour différentes raisons d'ordre technique, aucune pondération n'a été effectuée lors du traitement informatique des données.

Pour clarifier la situation, nous avons donc effectué une série de tests de pondération a postériori qui nous ont confirmé que les résultats de l'étude sont scientifiquement valables.

3. ANALYSE DES RÉSULTATS

L'analyse des résultats se fera en deux temps. Dans un premier temps, nous examinerons les résultats globaux de l'enquête. Dans un second temps, nous tenterons de répondre aux questions spécifiques qui constituaient l'objectif essentiel de l'enquête.

3.1 L'analyse des résultats globaux

3.1.1 Répartition des inscriptions selon la classe d'établissement

La répartition des inscriptions varie considérablement d'une classe d'établissement à l'autre. Toutefois, une partie de ces variations s'explique par le fait que le nombre de chambres des établissements d'une même classe varie aussi considérablement comme l'illustre le tableau suivant.

Tableau 3

Répartition du nombre de chambres et du nombre d'inscriptions en termes absolus et relatifs selon la classe d'établissement et comparaison du nombre de chambres dans la région.

	Classe d'établissement					
	2 lys	3 lys	4 lys	5 lys	6 lys	total
Nombre de chambres	305	276	230	762	1 090	2 663
% de chambres	11,5%	10,4%	8,6%	28,6%	40,9%	100%
Nombre d'inscriptions	4 110	4 314	3 158	7 608	10 241	29 431
% d'inscriptions	14,0%	14,7%	10,7%	25,9%	34,8%	100%
Nombre de chambres dans la région	1 114	904	1 053	1 141	1 408	5 620
% de chambres dans la région	19,8%	16,1%	18,7%	20,3%	25,1%	100%

En comparant l'importance relative des chambres avec celle des inscriptions, on peut dès lors conclure que les établissements qui ont une basse classification ont un taux d'inscription plus élevé que les établissements qui ont une classification élevée. On prendra garde ici de ne pas confondre le taux d'inscription avec le taux d'occupation, ce dernier étant fonction de deux variables, soit le taux d'inscription et la durée de séjour.

3.1.2 Répartition des inscriptions selon la taille des établissements

Les établissements hôteliers ont été rassemblés en trois groupes selon leur taille: petit (13 à 39 chambres), moyens (40 à 199 chambres) et grands (200 chambres et plus). Encore une fois, on observe d'importantes variations dans le nombre d'inscriptions selon les groupes. Celles-ci sont davantages dues à des variations du nombre de chambres par groupe. En comparant, le nombre de chambres échantillonnées et le nombre d'inscription, le tableau 4 nous permet d'observer que sur une base relative, les petits et les moyens établissements ont un taux d'inscription plus élevé que les grands établissements.

Tableau 4

Répartition du nombre de chambres et du nombre d'inscriptions en termes absolus et relatifs selon la taille des établissements et comparaison du nombre total de chambres dans la région.

Taille des établissements

	3-39	40-199	200 et plus	Total
Nombre de chambres	206	605	1 852	2 663
% de chambres	7,7%	22,7%	69,6%	100%
nombre d'inscriptions	3 142	8 440	17 849	29 431
% d'inscriptions	10,7%	28,7%	60,6%	100%
Nombre de chambres dans la région	984	1 650	2 986	5 620
% de chambres dans la région	17,5%	29,4%	53,1%	100%

3.1.3 Répartition des inscriptions selon le mois de l'année

Ayant échantillonné le même nombre de jours dans chacun des quatre mois, nous aurions dû obtenir environ 25% des inscriptions à chaque mois dans l'hypothèse où les hôteliers de Québec faisaient face à une offre égale définie selon le nombre d'inscriptions. Le tableau suivant nous permet de constater que les mois d'août et de septembre sont légèrement plus achalandés alors que les résultats du mois de juin nous permettent de constater que ce mois fut sensiblement moins achalandé que les autres.

Tableau 5

Répartition du nombre d'inscriptions selon les mois sur lesquels portait l'enquête.

juin	juillet	août	septembre	Total
5 902	8 370	8 119	6 944	29 335
20,1%	28,5%	27,7%	23,7%	100%

3.1.4 Répartition des inscriptions selon la journée de la semaine

Pour la période étudiée, le nombre d'inscriptions n'a pas varié beaucoup selon la journée de la semaine à l'exception du lundi dont l'achalandage fut sensiblement supérieur à la moyenne. Le tableau suivant montre la répartition des inscriptions en termes absolus et relatifs selon la journée de la semaine.

Tableau 6

Répartition des inscriptions en termes absolus et relatifs selon la journée de la semaine.

dimanche	lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	Total
3 789	4 928	4 542	4 291	3 801	3 902	4 082	29 335
12,9%	16,8%	15,5%	14,6%	13,0%	13,3%	13,9%	100%

3.1.5 Répartition des inscriptions selon le nombre d'occupants

Relativement au nombre d'occupants d'une chambre, nous avons regroupé les données selon qu'il y avait un, deux ou trois occupants et plus. Le tableau suivant fait état de la répartition du nombre d'occupants entre ces groupes.

Nous y remarquons que l'occupation simple est de 30,2% ce qui correspond en grande partie, à notre avis, au tourisme d'affaires.

Tableau 7

Répartition des inscriptions en termes absolus et relatifs selon le nombre d'occupants.

Nombre d'occupants			
1	2	3 et plus	Total
8 882	16 906	3 582	29 370
30,2%	57,6%	12,2%	100%

3.1.6 Répartition des inscriptions selon la durée de séjour

La durée de séjour ou le nombre de nuits que le client a passé dans l'établissement hôtelier a été enregistrée en quatre classes soit de une nuit à quatre nuits ou plus. Le tableau suivant fait état de la répartition selon la durée de séjour. On remarque que plus de la moitié des inscriptions ont une durée de séjour d'une seule nuit.

Tableau 8

Répartition des inscriptions en termes absolus et en termes relatifs selon la durée de séjour.

Durée du séjour				
1	2	3	4 nuits et plus	Total
15 394	8 273	3 445	2 226	29 338
52,5%	28,2%	11,7%	7,6%	100%

3.2 Analyse des résultats en fonction des objectifs spécifiques de l'étude

3.2.1 L'origine des touristes

En vertu de notre système de codification, nous avions retenu 120 origines possibles. Plusieurs de ces origines se sont avérées peu importantes. Pour ne pas allonger davantage notre tableau et pour en faciliter la compréhension, nous avons ramené à 63 le nombre d'origines. Aucune origine comptant pour 0,4% ou plus de l'échantillon total n'a été éliminée. Le tableau suivant fait état de la répartition de la clientèle par origine.

Tableau 9

Répartition des inscriptions en termes absolus et en termes relatifs selon les origines.

		Nombre	Pourcentage
I	Province de Québec		
	(selon les 18 régions touristiques)	13 620	46,5
	Gaspésie	395	1,3
	Bas-St-Laurent	487	1,7
	Québec	1 243	4,2
	Pays-de-l'Érable	372	1,3
	Mauricie, Bois-Franc, Centre-du-Québec	681	2,3
	Estrie	606	2,1
	Richelieu, Rive-Sud	1 331	4,5
	De Lanaudière	144	0,5
	Laurentides	512	1,7
	Montréal	5 786	19,7
	Outaouais	408	1,4
	Abitibi-Témiscamingue	227	0,8

		Nombre	Pourcentage
	Saguenay, Lac-St-Jean, Chibougamau	790	2,7
	Manicouagan	285	1,0
	Duplessis	248	0,8
	Ailleurs dans la province (3 régions touristiques)	105	0,4
II	Autres provinces canadiennes	5 590	19,1
	Ontario	4 117	14,0
	Toronto	1 388	4,7
	Ottawa	683	2,3
	Hamilton	119	0,4
	Ailleurs en Ontario	1 918	6,5
	Terre-Neuve	48	0,2
	Ile-du-Prince-Édouard	28	0,1
	Nouvelle-Écosse	223	0,8
	Nouveau-Brunswick	452	1,5
	Manitoba	124	0,4
	Saskatchewan	90	0,3
	Alberta	286	1,0
	Colombie-Britanique	235	0,8
III	États-Unis	9 133	31,2
A	Nouvelle-Angleterre	2 367	8,1
	Maine	335	1,1
	New Hampshire	120	0,4
	Vermont	60	0,2
	Massachussetts	681	2,3
	Boston	194	0,7
	Ailleurs dans l'état	487	1,6

		Nombre	Pourcentage
	Connecticut	1 107	3,8
	Bridgeport, New Haven, Stamford	120	0,4
	Ailleurs dans l'état	987	3,4
	Rhode Island	64	0,2
B	Atlantique Centre	3 339	11,4
	New York	1 731	5,9
	New York et Long Island	1 365	4,7
	Ailleurs dans l'état	366	1,2
	Pennsylvanie	623	2,1
	Philadelphie	67	0,2
	Ailleurs dans l'état	556	1,9
	New Jersey	985	3,4
C	Atlantique Sud	804	2,7
	Maryland	179	0,6
	Virginie	135	0,5
	Floride	262	0,9
	Autres (Delaware, Washington D.C., Virginie occidentale, Georgie, Caroline du nord et Caroline du sud)	228	0,8
D	Centre Nord-Est	1 074	3,7
	Wisconsin	113	0,4
	Michigan	268	0,9
	Détroit	91	0,3
	Ailleurs dans l'état	177	0,6

		Nombre	Pourcentage
	Illinois	432	1,5
	Chicago	122	0,4
	Ailleurs dans l'état	310	1,1
	Indiana	50	0,2
	Ohio	211	0,7
E	Centre Sud-Est		
	(Kentuky, Tennessee, Missisippi, Alabama)	88	0,3
	Centre Nord-Ouest		
	(Dakota du Nord, Dakota du Sud, Minnesota, Iowa, Nebraska, Missouri)	415	1,4
F	Centre Sud-Ouest	261	0,9
	(Oklahoma, Arkansas, Texas, Louisiane)		
H	Montagnes		
	(Montana, Idaho, Wyoming, Nevada, Utah, Colorado, Nouveau-Mexique, Arizona)	103	0,4
I	Pacifique	682	2,3
	(Washington, Orégon, Californie)		
IV	Europe de l'ouest	567	1,9
	France	353	1,2
	Angleterre	55	0,2
	Allemagne de l'ouest	49	0,2
	Autres pays de l'Europe de l'ouest	110	0,4
V	Autres pays	398	1,3
A -	Mexique	116	0,4
B -	Autres pays du continent américain	80	0,3
C -	Asie	166	0,6
	Japon	138	0,5
D -	Autres pays du monde	36	0,1

N.B.: La complétion à une décimale près peut faire varier légèrement les totaux.

En réduisant davantage le nombre d'origines à 5, on constate que par ordre d'importance, celles-ci sont:

- le Québec 46,5%
- les États-Unis 31,2%
- les autres provinces canadiennes 19,1%
- l'Europe de l'ouest 1,9%
- les autres pays 1,3%

Sur la base des données recueillies, on constate qu'à plus de 95%, les touristes proviennent de l'Amérique du Nord.

L'examen plus détaillé des trois grandes régions nous permet de faire d'autres observations instructives.

Tout d'abord au Québec (la province), qui se classe comme la première grande région d'origine, et de loin, avec 46,5%, nous constatons que 19,7% de l'échantillon des inscriptions proviennent de la région touristique de Montréal, soit 42,4% des touristes originaires du Québec. Si nous rajoutons à ces deux derniers chiffres le 4,5%, en deuxième position du Québec, de la région touristique Richelieu-Rive-Sud qui comprend majoritairement la rive-sud de Montréal, nous obtenons respectivement 24,2% et 52%. Ceci s'explique très possiblement par le fait qu'environ la moitié de la population du Québec se retrouve dans la région de Montréal ou dans un rayon de 50 milles de cette dernière. Le restant des inscriptions est assez bien réparti à travers les diverses régions touristiques de la province.

En ce qui a trait aux États-Unis, deuxième grande région d'origine, on remarque que quatre régions qui sont approximativement à moins de 1 000 milles de Québec, à savoir la Nouvelle-Angleterre, l'Atlantique Centre,

l'Atlantique sud et le Centre Nord-Est contribuent à 25,9% des inscriptions totales et à 83% des inscriptions américaines. L'état de New York à lui seul fournit 5,9% des inscriptions totales et 18,9% des inscriptions américaines. Plus spécifiquement, des villes de New York et de Long Island nous proviennent 4,7 % de la clientèle totale et 15,1% de la clientèle américaine.

Quant aux inscriptions des clients qui proviennent des autres provinces du Canada, il faut d'abord noter que l'Ontario fournit 14% de la clientèle totale ou 73,3% de la clientèle des autres provinces. Les provinces maritimes fournissent au total 2,6% de la clientèle, le Nouveau-Brunswick venant en tête avec 1,5%. Finalement, les quatre provinces de l'ouest fournissent 2,5% de la clientèle totale.

En regardant d'un peu plus près la répartition de l'origine des inscriptions de la clientèle ontarienne, on observe que Toronto est au premier rang avec 4,7% de la clientèle totale, ce qui veut dire qu'après Montréal, Toronto constitue ex aequo avec New York l'origine la plus importante. Elle est même plus importante que toutes les provinces du Canada si on y exclut le Québec et l'Ontario. Ottawa fournit 2,3% de la clientèle et se classe cinquième comme origine parmi toutes les villes. Les habitants des autres villes d'Ontario constituent une clientèle importante pour les hôteliers de Québec, soit 6,5% de la clientèle totale, mais leur importance relative semble être plus proportionnelle à l'importance de leur population.

La clientèle de l'Europe de l'Ouest ne représente que 1,9% de la clientèle totale; et la France à elle seule fournit 63,2% des clients européens.

Les autres pays ne contribuent que pour 1,3% des inscriptions totales. Parmi ces pays, seuls le Japon et le Mexique ont une importance significative avec respectivement 0,5% et 0,4% des inscriptions totales.

3.2.1.1 Analyse de l'origine des touristes en fonction des autres variables.

Si l'analyse de l'origine de l'ensemble des touristes nous renseigne sur les caractéristiques de la clientèle, l'analyse de l'origine de la clientèle en rapport avec d'autres variables de l'étude nous informe sur son comportement. Cette information trouve également son utilité dans l'élaboration d'une stratégie de mise en marché que ce soit au niveau de l'établissement hôtelier, d'une Association touristique régionale ou du gouvernement.

3.2.1.2 Répartition de la clientèle selon l'origine et la classe d'établissement.

Le tableau suivant fait ressortir dans quelle origine chaque classe d'établissement tire la plus grande proportion de sa clientèle. En particulier, on constate que la majeure partie (50% à 69%) de la clientèle des 2 à 5 lys inclusivement provient de la province de Québec tandis que ce sont les Américains (47%) qui constituent la clientèle première des 6 lys.

Cependant, si nous avons ici une assez bonne indication des marchés primaires de chacune des strates prises séparément, nous n'obtenons pas une aussi bonne exactitude quant aux références de la clientèle elle-même prise dans son ensemble. Mais d'autres croisements connexes à ce tableau semblent indiquer que les Québécois se répartissent assez bien dans tous les lys, tandis

que les autres origines ont tendance à s'inscrire davantage dans les établissements classés 5 et 6 lys.

Tableau 10

Répartition procentuelle des inscriptions en fonction de l'origine du client et de la classe de l'établissement.

Classe d'établissement (nombre de lys)	Origine (%)			
	Québec	Autres Provinces	États-Unis	Autres Pays
2	62	17	18	2
3	55	18	24	3
4	69	15	13	2
5	50	19	28	3
6	26	22	47	4
Total	46	19	31	3

3.2.1.3 Répartition de la clientèle selon l'origine et la taille de l'établissement.

Puisqu'il y a une forte correspondance entre la taille d'un établissement hôtelier et le nombre de lys qui lui est attribué, nous ne serons pas surpris de constater, à partir du tableau suivant, que la clientèle québécoise représente l'origine la plus importante pour les établissements hôteliers de moins de 200 chambres alors que les clients américains représentent l'origine première pour les établissements de 200 chambres et plus.

Tableau 11

Répartition procentuelle des inscriptions en fonction de l'origine du client et de la taille de l'établissement.

Taille d'établissement (Nombre de chambres)	Origine (%)			
	Québec	Autres Provinces	États-Unis	Autres Pays
3 à 39	68	13	16	3
40 à 199	59	18	20	2
200 et plus	37	20	39	4
Total	46	19	31	3

3.2.1.4 Répartition de la clientèle selon l'origine et le mois de l'inscription.

L'examen conjoint de ces variables nous indique ce qui suit:

- Pour chaque mois donné: les Québécois sont toujours premiers et les Américains sont bons deuxième en juillet, août et septembre, tandis qu'en juin les Canadiens des autres provinces sont deuxieme en devançant à peine de 1% les Américains.

- En nombre total par origine: la majorité des Québécois se sont inscrits par une très faible marge (52%) en juillet et septembre, en fait il serait plus juste de dire qu'ils se sont inscrits presqu'également pour chaque mois; tandis que la majorité des autres origines s'inscrivait en juillet et août, surtout les Américains (64%).

Tableau 12

Répartition procentuelle des inscriptions en fonction de l'origine du client et du mois de l'inscription.

Mois	Origine (%)									
	Québec		Autres Provinces		États-Unis		Autres Pays		TOTAL	
juin	54	23	22	23	21	14	3	21	100	20
juillet	44	27	17	26	35	32	3	26	100	29
août	40	24	20	30	36	32	3	28	100	28
septembre	50	25	17	21	29	22	3	25	100	24
TOTAL (horizontal et vertical)	46	100	19	100	31	100	3	100	100	100

N.B. les décimales ont été arrondies à l'unité le plus rapprochée.

3.2.1.5 Répartition de la clientèle selon l'origine et le type d'occupation.

L'analyse conjointe de ces deux variables ne nous permet pas de dégager une seule ligne directrice, chaque origine démontrant des résultats particuliers.

Le tableau suivant permet d'observer entre autre que les Québécois semblent s'inscrire surtout à 1 et à 2 personnes avec une légère préférence (colonne B) pour les inscriptions à deux personnes cependant qu'en nombre absolu (colonne A), ils constituent le plus fort contingent des inscriptions à 1 personne et à 3 personnes et plus.

Les Américains pour leur part semblent s'inscrire (colonne B) en très grande majorité à 2 personnes; et ils en constituent (colonne A) même le plus fort contingent, considéré en nombre absolu.

Quant aux Canadiens des autres provinces ainsi que la clientèle des autres pays ils semblent s'inscrire relativement plus à 2 personnes tout en ne négligeant pas les inscriptions à 1 personne.

Tableau 13

Répartition procentuelle des inscriptions en fonction de l'origine du client et du type d'occupation.

Type d'occupation (nombre d'occupants)	Origine (%)														
	Québec			Autres Provinces			États-Unis			Autres Pays			TOTAL		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	sB	C
1	66	43	20	18	28	5	13	13	4	3	27	1	100	30	30
2	37	46	21	20	59	11	40	74	23	3	59	2	100	58	58
3 et plus	41	11	5	21	13	3	34	13	4	4	14	1	100	12	12
TOTAL (horizontal et vertical)	46	100	46	19	100	19	31	100	31	3	100	3	100	100	100

A: (horizontal) % en fonction du total d'un type d'occupation donné.

B: (vertical) % en fonction du total d'une origine donnée.

C: (horizontal et vertical) % en fonction du total des fiches d'inscription de toutes origines

N.B. les décimales ont été arrondies à l'unité la plus rapprochée.

3.2.2 La durée moyenne de séjour

La durée moyenne de séjour pour l'ensemble des inscriptions de la région de Québec a été de 1,82 jours durant la période étudiée. Cette durée moyenne s'obtient en multipliant chaque inscription par le nombre de jours pour lequel le client s'est inscrit, en additionnant ces résultats et en divisant cette réponse par le nombre d'inscriptions. De plus, il est à noter que pour les 4 nuits et plus nous avons multiplié les inscriptions par une moyenne estimée de 5. Rappelons que la durée moyenne de séjour a trait à la durée de séjour continue d'un client dans un même établissement ce qui ne doit pas être confondu avec la durée de séjour des touristes au Québec.

Cette durée moyenne de séjour globale est instructive, mais il est intéressant d'examiner ce résultat en fonction d'autres variables.

3.2.2.1 La durée moyenne de séjour selon la classe d'établissement

Plus un établissement hôtelier compte de lys, plus ses clients ont tendance à y séjourner longtemps tel qu'on peut le voir dans le tableau suivant.

Tableau 14

Durée moyenne de séjour selon la classification des établissements.

Classification	Durée moyenne de séjour
2	1,28
3	1,49
4	1,61
5	1,75
6	2,29

Le tableau précédent nous permet de constater que la durée moyenne de séjour est inférieure à la moyenne de séjour globale pour les établissements de 2 lys et de 3 lys, légèrement inférieure à la moyenne globale pour les établissements de 4 lys et de 5 lys et supérieure à la moyenne pour ceux de 6 lys.

3.2.2.2 La durée moyenne de séjour selon la taille d'établissement

Tel qu'on peut le voir au tableau 15, la durée moyenne de séjour augmente aussi en fonction de la taille de l'établissement.

Tableau 15

Durée moyenne de séjour selon la taille de l'établissement.

Taille de l'établissement	Durée moyenne de séjour
3 à 39 chambres	1,36
40 à 199 chambres	1,49
200 chambres et plus	2,06

Sur la base de ce tableau, on constate que les établissements de moins de 200 chambres conservent leurs clients pour une durée moindre que la moyenne alors que ceux de 200 chambres et plus les conservent pour une moyenne de deux jours.

3.2.2.3 La durée moyenne de séjour selon le mois

La durée moyenne de séjour varie peu selon le mois de l'été au cours duquel le client s'est inscrit dans l'établissement hôtelier. On constate un taux

légèrement plus bas de la durée moyenne de séjour durant les mois de juin et juillet tel que l'illustre le tableau suivant.

Tableau 16

Durée moyenne de séjour selon le mois durant lequel le client s'est inscrit.

Mois	Durée moyenne de séjour
juin	1,79
juillet	1,77
août	1,87
septembre	1,84

3.2.2.4 La durée moyenne de séjour selon la journée de la semaine

La durée moyenne de séjour selon le jour de la semaine au cours duquel le client s'est inscrit dans l'établissement hôtelier présente peu de variations. En effet, le dimanche et le lundi sont les journées où les clients s'inscrivent pour une période un peu plus longue que la moyenne globale, alors que pour les autres jours la période d'inscription est légèrement inférieure à la moyenne.

Tableau 17

Durée moyenne de séjour selon la journée de la semaine au cours de laquelle le client s'est inscrit.

Journée	Durée moyenne de séjour
dimanche	2,08
lundi	1,89
mardi	1,75
mercredi	1,76
jeudi	1,75
vendredi	1,78
samedi	1,74

3.2.2.5 La durée moyenne de séjour selon le nombre d'occupants

Selon les données recueillies, environ 30% des inscriptions sont pour une personne, 57% pour deux personnes et 12% pour trois personnes ou plus. Le tableau suivant nous fait voir que la durée moyenne de séjour pour les inscriptions selon le nombre d'occupants s'écarte très peu de la durée moyenne globale.

Tableau 18

Durée moyenne de séjour selon le nombre d'occupants.

Nombre d'occupants	Durée moyenne de séjour
1	1,76
2	1,87
3 et plus	1,72

3.2.2.6 Durée moyenne de séjour selon l'origine

La durée moyenne de séjour dans un même établissement varie sensiblement en fonction de l'origine du client. Le tableau suivant nous montre que les clients non-Québécois séjournent plus longtemps que les clients Québécois.

Tableau 19

Durée moyenne de séjour selon l'origine.

Origine	Durée moyenne de séjour
Québec	1,51
Autres provinces canadiennes	2,04
États-Unis	2,12
Autres pays	2,06

L'analyse de la répartition globale de la durée de séjour nous indique que 52,5% de la clientèle ne réside qu'un seul jour dans un même établissement hôtelier alors que 28,2% y réside 2 jours, 11,7% y réside 3 jours et 7,6% y réside 4 jours et plus. Le tableau suivant reproduit ces résultats en termes absolus et en termes relatifs pour les quatre principales origines que nous avons identifiées. Nous pouvons y constater que la clientèle qui provient de l'extérieur du Québec est plus importante que celle qui provient du Québec pour les durées de séjour de 2, 3 et 4 jours ou plus, surtout à cause des Américains.

Tableau 20

Répartition de la durée de séjour de la clientèle selon les quatre grandes origines.

Durée de séjour	Origines									
	Québec		Ailleurs au Canada		États-Unis		Autres		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	9623	(71)	2698	(48)	2643	(29)	394	(41)	15358	(52,5)
2	2403	(18)	1351	(24)	4109	(45)	373	(39)	8236	(28,2)
3	880	(6)	839	(15)	1649	(18)	70	(7)	3438	(11,7)
4 et plus	694	(5)	695	(12)	707	(8)	126	(13)	2222	(7,6)
	13 600		5 583		9 108		963		29 254	

3.2.2.6.1 La durée moyenne de séjour des Québécois

La durée moyenne de séjour des Québécois selon leur région d'origine varie sensiblement; les Montréalais ainsi que les gens des régions du Nouveau-Québec, Baie-James et du Bas St-Laurent sont ceux qui séjournent le plus longtemps à Québec. On remarquera dans le tableau suivant que la durée moyenne la plus élevée demeure en deçà de la durée moyenne de séjour des trois autres grandes origines.

Tableau 21

Durée moyenne de séjour des Québécois selon leur région d'origine.

Origine	Durée moyenne de séjour
Iles-de-la-Madeleine	1,27
De Lanaudière	1,27
Pays-de-l'Érable	1,28
Saguenay, Lac-St-Jean, Chibougamau	1,37
Mauricie, Bois-Franc et Centre-du-Québec	1,39
Manicouagan	1,42
Laurentides	1,42
Estrie	1,44
Richelieu-Rive-Sud	1,45
Québec	1,46
Gaspésie	1,47
Charlevoix	1,47
Duplessis	1,49
Abitibi, Témiscamingue	1,51
Outaouais	1,51
Montréal	1,60
Bas-St-Laurent	1,61
Nouveau-Québec, Baie-James	1,71

3.2.2.6.2 La durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois

La durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois est de 2,04 et elle varie relativement peu d'une province à l'autre. Le tableau suivant nous fournit cette donnée pour les autres provinces du Canada.

Tableau 22

Durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois.

Origine	Durée moyenne de séjour
Maritimes	1,88
Nouveau-Brunswick	1,75
Ile-du-Prince-Édouard	1,80
Nouvelle-Écosse	2,06
Terre-Neuve	2,33
Ontario	1,96
Ouest canadien	2,65
Saskatchewan	2,49
Manitoba	2,57
Colombie-Britanique	2,68
Alberta	2,71

On remarque au niveau des grandes régions que la durée moyenne de séjour du touriste tend à s'accroître avec la distance qui le sépare de Québec, bien que l'analyse par province ne nous permet pas de tirer une conclusion aussi claire.

3.2.2.6.3 La durée moyenne de séjour des Américains

Une certaine constante semble se dégager à l'effet que les touristes des régions rapprochées viennent en plus

grand nombre que ceux des régions éloignées. Cependant pour la durée de séjour, tout au moins dans un même établissement, il semble que les touristes de la région Atlantique-Centre, qui est relativement rapprochée, demeurent plus longtemps que les autres rapprochés et éloignés qui eux séjournent pour à peu près la même durée. Le tableau 23 illustre cette affirmation.

Tableau 23

Durée moyenne de séjour des Américains selon l'importance relative de la région.

Région	Durée moyenne de séjour	Pourcentage
Marché primaire	2,29	36,6
Atlantique-Centre	2,29	36,6
Marchés secondaires	2,04	46,5
Nouvelle-Angleterre	2,01	25,9
Atlantique-Sud	2,19	8,8
Centre Nord-Est	1,98	11,8
Marchés marginaux	2,02	17,0
Centre Sud-Est	2,25	1,0
Centre Nord-Ouest	1,70	4,5
Centre Sud-Ouest	2,20	2,9
Montagnes	2,06	1,1
Pacifique	2,10	7,5

3.2.2.6.4 La durée moyenne de séjour des touristes des "Autres Pays"

La durée de séjour des étrangers est pratiquement constante qu'il s'agisse d'Américains ou d'étrangers d'autres origines. Le tableau suivant liste la durée de séjour des touristes des principales origines autres que canadiennes ou américaines.

Tableau 24

Durée moyenne de séjour des étrangers d'"autres pays".

Origine	Durée moyenne de séjour
Japon	1,59
Suisse	1,67
Allemagne de l'Ouest	1,76
France	2,12
Mexique	2,16
Angleterre	2,22
Autres pays d'Amérique	2,25
Moyenne pondérée "autres pays"	2,29

La durée moyenne de séjour des touristes d"autres pays" avec 2,06 est pratiquement la même que celle des touristes des "autres provinces canadiennes" qui est de 2,04 et des Américains à 2,12.

3.2.2.7 Commentaires

La durée moyenne de séjour des clients dans un établissement hôtelier est relativement basse attestant ainsi que la clientèle des établissements hôteliers de la région de Québec en est une qui est essentiellement de passage plutôt que de séjour. Ceci est particulièrement vrai s'il s'agit de la clientèle des mois de juin et juillet, d'un petit établissement hôtelier et dont la classification est peu élevée. Par ailleurs, la clientèle de l'extérieur du Québec a tendance à prolonger son séjour dans un même établissement et le degré d'éloignement semble parfois y jouer un certain rôle; mais même dans ces circonstances la clientèle en demeure une de passage.

Cette section nous a permis d'en connaître davantage sur la durée moyenne de séjour des touristes. Préalablement, nous avions fait part de la répartition des inscriptions selon les origines. Dès lors, en multipliant le nombre des inscriptions selon l'origine par la durée moyenne de séjour de ces touristes, nous sommes maintenant en mesure de connaître la part de marché des clients selon l'origine. Le tableau suivant nous indique la part du marché en fonction du nombre de jours d'occupation de la clientèle répartie selon les grandes origines. On remarquera qu'il s'agit ici de la part du marché établie en fonction du nombre total de jours d'occupation et non de la part du marché déterminée en dollars, information qui nous fait défaut puisque nous ne disposons pas de l'information relative au prix de chaque inscription.

Tableau 25

Répartition procentuelle des jours d'occupation selon l'origine.

Origine	Part du marché selon le nombre de jours d'occupation	
Québec	38,6%	
États-Unis	36,3%	
Autres provinces canadiennes que le Québec	21,4%	
Autres pays	3,7%	
Total		100,0%

En comparant ces informations avec les parts de marché établies en fonction des inscriptions seulement, on constate que la part de marché de la clientèle du Québec baisse sensiblement tout en conservant la première

place alors que celles des États-Unis et des "autres provinces canadiennes que le Québec" s'accroissent sensiblement et que celle des "autres pays" demeure stable.

3.2.3 Le taux d'occupation des établissements hôteliers

La méthode de collecte des données que nous avons utilisée ne nous donne pas directement le taux d'occupation des établissements d'une région. Il faut plutôt l'estimer de façon indirecte soit en trouvant d'abord le taux quotidien d'inscriptions puis en déterminant la durée moyenne de séjour. Le produit de ces deux résultats nous fournit le taux d'occupation.

A titre d'exemple, le taux d'occupation pour la région de Québec a été obtenu par la démarche suivante.

1- Calcul du taux quotidien d'inscription

$$\text{Taux quotidien d'inscriptions} = \frac{\text{Nombre total d'inscriptions} \times 100}{\text{Nombre de chambres disponibles dans notre échantillon} \times \text{Nombre de jours échantilonnés}}$$

$$\text{Taux quotidien d'inscriptions} = \frac{29\,431 \times 100}{2\,663 \times 28}$$

$$\text{Taux quotidien d'inscriptions} = 39{,}47\%$$

2-Calcul de la durée moyenne de séjour

$$\text{Durée moyenne de séjour} = \frac{\text{Nombre total de jours pour lesquels les clients se sont inscrits (1)}}{\text{Nombre total d'inscriptions}}$$

$$\text{Durée moyenne de séjour} = \frac{53\ 405}{29\ 338}$$

$$\text{Durée moyenne de séjour} = 1{,}82$$

3-Calcul du taux d'occupation

$$\text{Taux d'occupation} = \text{Taux quotidien d'inscription} \times \text{Durée moyenne de séjour}$$

$$\text{Taux d'occupation} = 39{,}47\% \times 1{,}82$$

$$\text{Taux d'occupation} = 71{,}8\%$$

Selon les informations recueillies dans notre recherche, le taux d'occupation pour les établissements hôteliers de la région de Québec pour les mois de juin à septembre 1982 a été de 71,8%. Il est difficile de confirmer ce taux par voie de comparaison avec d'autres études parallèles car, jusqu'à 1982, il n'existait pas

---

Note (1): Le nombre total de jours pour lesquels les clients se sont inscrits s'obtient par l'addition des produits obtenus en multipliant le nombre d'inscriptions pour un jour par un, le nombre d'inscriptions pour deux jours par deux, le nombre d'inscriptions pour trois jours par trois, le nombre d'inscriptions pour 4 jours et plus par cinq, chiffres que nous avons convenu d'utiliser pour cette catégorie.

de données comparables sur lesquelles nous puissions accorder une très grande foi. Cette lacune a été corrigée depuis juin 1983, date à compter de laquelle le Bureau de la Statistique du Québec (B.S.Q.) a commencé à publier des données mensuelles régionales sur les taux d'occupation. Selon le B.S.Q., les taux d'occupation pour les établissements hôteliers de la région touristique de Québec pour les mois de juin, juillet, août et septembre 1983 furent de 63%, 73%, 76% et 65% (moyenne 4 mois: 69,3%). Comme il est de notoriété générale dans l'industrie touristique que d'été en été la situation est assez semblable depuis quelques années à Québec, les résultats obtenus sont certainement comparables à ceux de 1983; mais notre étude ne couvre que la région métropolitaine de Québec qui est un peu moindre que la région touristique de Québec.

Par ailleurs, les données recueillies par l'Association des hôteliers de Québec auprès de ses membres indique que le taux d'occupation moyen pour l'été 1982 fut de 77,5%. Pour les quatre mois qui nous concernent, cela donne respectivement: 67,0%, 78,7%, 84,2%, et 79,9%. Toutefois, ici encore les données de cette étude ne sont pas tout à fait comparables aux nôtres particulièrement à cause de l'échantillon utilisé et du mode de cueillette des données employé. En effet, la région de Québec n'englobe pas tout à fait le même territoire dans les deux études et par ailleurs, compte tenu que cette association compte surtout comme membres les grands hôtels et motels de sa région, leur importance serait encore plus surévaluée dans leur échantillon que dans le nôtre; d'autant plus que seulement 27 à 38% des membres auraient accepté de fournir les renseignements demandés par leur association.

A la lumière de tout ceci nous jugeons notre taux calculé à 71,8 % très plausible, se situant à l'intérieur d'une marge d'erreur acceptable.

3.2.3.1 Le taux d'occupation selon la classe d'établissement

Le taux d'occupation a varié sensiblement selon la classe d'établissement. Les établissements de 3 lys sont ceux qui ont connu le taux d'occupation le plus élevé avec 83,2%. Seules les classes d'établissements de 2 et 5 lys ont connu un taux d'occupation inférieur à la moyenne tel que l'indique le tableau suivant. Il est également intéressant de constater que ce sont les 3 lys qui ont le stock total de chambres le plus faible.

Tableau 26

Taux d'occupation selon la classe d'établissement.

Classe d'établissement	Taux d'occupation
2 lys	61,6%
3 lys	83,2%
4 lys	79,0%
5 lys	62,4%
6 lys	76,9%
Total	71,8%

3.2.3.2 Le taux d'occupation selon la taille de l'établissement

Compte tenu qu'il y a une certaine correspondance entre le nombre de chambres que possède un établissement et sa classification, les taux d'occupation obtenus pour les différentes tailles d'établissement étonnent, à priori tout au moins. En effet, les établissements de moins de 39 chambres ont eu un taux d'occupation de 74,1%, ce qui est sensiblement supérieur au taux moyen. Les établissements de 40 à 199 chambres ont également eu un taux d'occupation supérieur à la moyenne. Ce sont ceux de 200 chambres et plus qui font baisser le taux d'occupation. En fait, les taux d'occupation obtenus en fonction de la classe d'établissement et de la taille d'établissement ne sont réconciliables que par le fait bien évident que l'on retrouve un plus grand nombre de chambres dans les établissements hautement classifiés et dans les établissements de grande taille tel qu'on l'a déjà constaté dans les tableaux 3 et 4; et que ce sont les établissements de classe et de taille moyennes qui ont le meilleur taux d'occupation.

Tableau 27

Taux d'occupation selon la taille de l'établissement.

Taille de l'établissement	Taux d'occupation
3 à 39 chambres	74,1%
40 à 199 chambres	74,2%
200 chambres et plus	70,9%
Total	71,8%

3.2.3.3 Le taux d'occupation selon le mois

Tel qu'on peut le constater dans le tableau suivant, le taux d'occupation varie sensiblement selon le mois de l'été. Pour l'été 1982, ce taux a eu tendance à s'accroître à chaque mois, pour amorcer un fléchissement en septembre.

Tableau 28

Taux d'occupation selon le mois.

Mois	Taux d'occupation
Juin	56,7%
Juillet	79,5%
Août	81,4%
Septembre	68,5%
Total	71,8%

L'hypothèse que l'on peut avancer pour expliquer cette progression est à l'effet que dès le mois de juin le tourisme d'affaires diminue sensiblement puis est graduellement remplacé par le tourisme d'agrément. Au mois de septembre, le tourisme d'affaires reprend alors que le tourisme d'agrément, particulièrement celui qui vient du Québec, demeure relativement important; cependant, comme le tourisme d'affaires et de congrès est globalement moins important à Québec qu'à Montréal par exemple, il s'ensuit un fléchissement du taux d'occupation aux deux extrémités de la période estivale.

3.2.3.4 Commentaires

Suite au parallèle fait entre les chiffres du B.S.Q., de l'A.H.Q. et de notre étude ainsi qu'aux biais possibles, le tout expliqué précédemment, nous soumettons que le taux d'occupation réel a dû se situer entre 70% et 75%. De plus, en dépit du fait que nous ayons pris le maximum de précautions pour recueillir toutes les inscriptions des établissements et des journées déterminées dans notre étude, un certain nombre d'inscriptions ont dû inévitablement nous échapper pour différents motifs que nous avons évoqué précédemment. Toutefois, nous croyons que le chiffre que nous avons trouvé donne un ordre de grandeur valable et confirme l'impression générale dans l'industrie.

3.2.4 L'importance relative du tourisme de groupe

Précisons d'abord que furent considérés comme touristes de groupe, les clients faisant parti d'un voyage organisé et ceux venant assister à un congrès ou toute manifestation apparentée.

Dans les grands établissements hôteliers, cette information est inscrite au moyen d'un code sur la fiche d'inscription du client. Les hôteliers ayant consenti à nous fournir leur code respectif, cette information a pu être facilement recueillie. Rappelons ici que les grands établissements hôteliers de 200 chambres et plus nous ont fourni 60,6% des inscriptions totales.

En général, plus l'établissement est petit, moins il est probable qu'il dispose d'un code pour identifier ses catégories de clients. Dans les cas ou nous ne trouvions pas un tel code, nous avons consulté le système parallèle de réservations des hôteliers.

En effet, pour les réservations de groupes, ceux-ci ont tous un système de réservation quelconque où l'on retrouve les informations désirées. Il est donc peu probable que cette information ait pu nous échapper pour un nombre significatif d'inscriptions.

3.2.4.1 Importance relative des types de touristes selon la classe d'établissement

Nos résultats globaux nous indiquent que 21,8% des inscriptions se rapportent à une clientèle de groupe alors que 78,2% de celles-ci se rapportent à une clientèle autonome. Tel qu'on peut l'observer dans le tableau suivant, cette répartition varie beaucoup selon la classe d'établissement.

Tableau 29

Importance relative des types de touristes selon la classe d'établissement.

Classe d'établissement	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
2 lys	98,3%	1,7%
3 lys	92,5%	7,5%
4 lys	85,2%	14,8%
5 lys	79,4%	20,6%
6 lys	61,2%	38,8%

Les établissements de 2 et 3 lys comptent presque seulement sur une clientèle autonome alors que les établissements de 5 et 6 lys comptent sur une clientèle de groupe importante.

3.2.4.2 Importance relative des types de touristes selon la taille de l'établissement

Lorsqu'on examine l'importance relative du tourisme de groupe en fonction de la taille de l'établissement, on constate que dans la région de Québec, presque toute cette clientèle s'héberge dans les établissements de 200 chambres et plus.

Tableau 30

Importance relative des types de touristes selon la taille de l'établissement.

Taille de l'établissement	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
3 à 39 chambres	98,8%	1,2%
40 à 199 chambres	90,2%	9,8%
200 chambres et plus	68,9%	31,1%

En termes absolus, la clientèle de groupe totalise 6399 inscriptions dont 5540 dans des établissements de 200 chambres et plus ce qui correspond à 86,6% des inscriptions de la clientèle de groupe.

3.2.4.3 Importance relative des types de touristes selon le mois

D'un mois à l'autre de l'été, les proportions respectives de touristes autonomes versus touristes de groupes sont relativement stables à l'exception peut être du mois de septembre où la proportion de touristes de groupes s'accroît sensiblement.

Tableau 31

Importance relative des types de touristes selon le mois

Mois	Types de touristes	
	Autonome	Groupes
Juin	80,3%	19,7%
Juillet	79,0	21,0
Août	81,6	18,4
Septembre	71,6	28,4
Total	78,2%	21,8%

3.2.4.4 Importance relative des types de touristes selon la durée de séjour

Les touristes qui viennent en groupe ont une durée moyenne de séjour de 2,37 jours alors que ceux qui s'inscrivent de façon autonome ont une durée moyenne de séjour de 1,67. Le tableau suivant nous permet de constater que c'est surtout au niveau de la durée de séjour de un jour que le comportement des touristes autonomes et de groupes diverge par rapport à celui de l'ensemble des touristes.

Tableau 32

Importance relative des types de touristes selon la durée de séjour

Durée de séjour	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
1 nuit	91,6%	8,3%
2 nuits	63,0%	37,0%
3 nuits	63,4%	36,5%
4 nuits et plus	64,2%	35,8%
Total	78,2%	21,8%

3.2.4.5 Importance relative des types de touristes selon les principales origines

Le tableau suivant nous incite à faire la généralisation suivante à savoir que plus le touriste vient de loin, plus il a tendance à venir en groupe.

Tableau 33

Importance relative des types de touristes selon les principales origines

Origines	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
Québec	91,9%	8,0%
Canada	76,4%	23,5%
États-Unis	60,1%	39,7%
Autres pays	63,5%	36,4%
Total	78,2%	21,8%

4. CONCLUSION

La méthodologie de cette étude avait la particularité de nous amener à recueillir l'information directement auprès des fiches d'inscription des clients dans les établissements hôteliers choisis au hasard. Cette démarche se distingue par le fait que nous sommes allés recueillir des informations factuelles directement à la source. Dans d'autres études similaires, les chercheurs ont eu tendance à recueillir leurs informations en s'adressant à des touristes ou à des touristes virtuels d'une part ou aux hôteliers d'autre part.

Dans l'ensemble, les résultats que nous avons obtenus ne nous ont pas révélé de faits très nouveaux. Ils confirment généralement ce que d'autres études de clientèle nous ont permis de savoir ou ce que l'expérience a enseigné aux intervenants touristiques.

En effet, l'importance relative des clientèles selon l'origine était déjà passablement bien documentée. En second lieu, la durée moyenne de séjour que nous avons établi est courte et elle confirme que la clientèle en est essentiellement une clientèle de passage ou tout au plus une clientèle de très court séjour. En troisième lieu, le taux d'occupation que nous avons calculé rend assez bien la réalité, et il tend à confirmer des taux d'occupation relativement stables d'une année à l'autre pour les hôteliers de la région de Québec. Enfin, le tourisme de groupe est de plus de 20% durant la saison estivale et se concentre presqu'exclusivement dans les grands établissements.

En conclusion, la démarche utilisée nous a permis dans l'ensemble de confirmer les résultats d'autres études et les opinions développées à même l'expérience des membres de l'industrie.

En terminant, il est a recommander pour certains intéressés de consulter en parallèle l'étude portant sur la région de Montréal. En effet, même si dans la majorité des cas nous constatons une très grande similitude, nous y constatons plusieurs cas de divergence marquée.

5. LES FAITS SAILLANTS DE L'ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL DURANT L'ÉTÉ 1982 ET COMPARAISON AVEC LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE LA RÉGION DE QUÉBEC

5.1 Les faits saillants de l'étude de la région de Montréal

Cette étude avait comme objectif général d'ajouter à nos connaissances sur la clientèle touristique du Québec et plus particulièrement sur des questions relatives à son origine, à sa durée de séjour, au taux d'occupation des établissements hôteliers et à l'importance relative de la clientèle de groupe par rapport à la clientèle autonome. Une étude similaire a été faite sur la clientèle de la région de Québec.

Nous avons consulté environ 36 000 fiches d'enregistrement prélevées auprès de 19 établissements et répartis sur 28 jours de l'été 1982. Lors de la cueillette des données, nous avons réparti la clientèle en 120 origines possibles. Pour l'analyse des résultats, nous avons ramené ce nombre à 67 origines dont l'importance s'est avérée significative.

La répartition des inscriptions selon les quatre grandes origines nous donne le résultat suivant: les États-Unis 34,2%, le Québec 30,3%, les autres provinces canadiennes 26,1% et les autres origines 9,2%.

Environ 85% de la clientèle américaine réside à moins de 1 000 milles de Montréal, la région métropolitaine de New York fournissant 19,6% de la clientèle américaine. Le résultat le plus inattendu sur la clientèle québécoise est que 53,5% des inscriptions québécoises dans les hôtels de Montréal sont au nom de Montréalais. La région de Québec vient au second rang avec 14,2% alors que les autres régions du Québec, ne fournissent que 33,3% de la clientèle québécoise. Quant aux inscriptions d'autres provinces canadiennes que le Québec, l'Ontario en fournit 74,3%. Aucune autre province ne fait une contribution importante. La clientèle d'"autres pays" provient surtout de l'Europe de l'Ouest avec 70,2% de la clientèle de ce groupe.

Sur la base des inscriptions, la provenance de la clientèle varie considérablement selon la classe d'établissement, les établissements de 2 et 3 lys recevant davantage une clientèle québécoise alors que les établissements d'une classification plus élevée reçoivent considérablement plus de clients étrangers qu'attendu statistiquement.

La durée moyenne de séjour pour l'ensemble des inscriptions a été de 1,82 jour. Plus l'établissement compte de lys, plus la durée moyenne de séjour s'allonge passant de 1,28 jour pour les établissements de 2 lys à 2,24 jours pour les établissements de 6 lys. L'origine du client influence également la durée moyenne de séjour. En général, plus le client vient de loin, plus il séjourne longtemps dans le même établissement tel que l'indiquent les résultats suivants: Québec (1,40), autres provinces canadiennes (1,83), États-Unis (2,10) et "autres pays" (2,17). Ces résultats confirment que la clientèle est essentiellement une clientèle de passage ou tout au plus une clientèle de très court séjour.

L'importance relative de la clientèle selon les quatre grandes origines a été évaluée en pondérant l'importance relative des inscriptions de ces régions par leur durée moyenne de séjour respective. Ainsi, la part du marché américain passe donc à 39,5%, celle du marché des autres provinces canadiennes monte au deuxième rang avec 26,2%, celle du Québec tombe au troisième rang avec 23,% et celle des autres origines s'établit à 11%.

Le taux d'occupation global pour l'été 1982 fut évalué à 51,6% ce qui est possiblement une sous-estimation en dépit du fait que l'été 1982 fut anormalement mauvais pour notre industrie hôtelière. Ce taux d'occupation varie sensiblement selon la classe d'établissement, ceux de 6 lys affichant un taux d'occupation de 61,9%.

En ce qui concerne les types de clientèle, nous avons considéré comme touristes de groupes, les clients faisant partie d'un voyage organisé et ceux venant assister à un congrès ou à toute manifestation apparentée, les autres clients étant considérés comme clients autonomes. Selon l'information disponible chez les hôteliers, nous avons répertorié au moins 17,3% des inscriptions qui correspondaient à notre définition de touristes de groupes. Toutefois, ce résultat varie considérablement selon la classe d'établissement. A titre d'exemple, les établissements de 2 lys comptaient 3,8% de leurs clientèle qui correspondait à cette définition alors que ceux de 6 lys en comptaient 28,9%.

Selon l'origine du client, on observe des différences importantes dans la répartition du type de clientèle. En effet, la clientèle de groupe est de 4,3% pour les Québécois, de 12,2% pour les Canadiens des autres provinces, de 27,1% pour les Américains et de 37,5% pour ceux des "autres pays".

A partir des résultats de l'étude, on peut tirer un certain profil comparatif des clientèles selon leur origine en examinant comment ces clientèles se démarquent de l'ensemble de la clientèle.

De façon générale, la clientèle d'origine québécoise provient surtout de la région de Montréal (53,5%), voyage de façon autonome (95,7%), s'inscrit davantage à deux personnes (61%), davantage dans des établissements de deux et trois lys que l'ensemble de la clientèle (49%), et y séjourne moins longtemps que l'ensemble de la clientèle (1,40%).

La clientèle des autres provinces canadiennes provient surtout de l'Ontario (74,3%) et particulièrement de Toronto (30,4%). Cette clientèle voyage plus de façon autonome (87,8%) et s'inscrit plus souvent seule que l'ensemble de la clientèle (53%). Sa durée de séjour est égale à la durée de séjour globale. Elle préfère plus les établissements de 4, 5 et 6 lys que l'ensemble de la clientèle (91%). En général toutefois, ce client est celui dont les caractéristiques semblent se rapprocher le plus de celles de l'ensemble de la clientèle.

La clientèle américaine provient à 85% d'un rayon inférieur à 1 000 milles de Montréal, très souvent de New York (19,6%). Cette clientèle s'inscrit à deux personnes un peu plus souvent que la moyenne (56%) et à trois personnes et plus beaucoup plus souvent que la moyenne (9%). Sa durée de séjour est sensiblement supérieure à la moyenne (2,10). Cette clientèle voyage aussi plus souvent en groupe que l'ensemble de la clientèle (27,1%), fréquente les établissements de 4 lys et plus à 85% du temps.

La clientèle des autres pays provient majoritairement de l'Europe de l'ouest (70,2%). C'est celle qui voyage le plus souvent en groupe (37,5%) et qui séjourne le plus longtemps dans le même établissement (2,17 jours). Celle clientèle s'inscrit presque toujours dans les établissements de 4 lys et plus (92%). Elle concentre sa venue durant les moins de juillet et août (60%).

5.2 Comparaison schématique des principaux résultats obtenus dans les deux études

5.2.1 L'origine de la clientèle

	Québec	Montréal
A-Répartition selon les grandes origines		
Québec	46,5 %	30,3 %
États-Unis	31,2	34,2
Autres provinces canadiennes	19,1	26,1
Autres origines	3,2	9,2
B-Importance relative de la la clientèle locale	4,2	16,1
C-Pourcentage de la clientèle américaine qui provient d'un rayon inférieur à 1 000 milles	83,0	85,0
D-Pourcentage de la clientèle des "autres provinces" qui provient de l'Ontario	73,3	74,3
E-Pourcentage de la clientèle qui provient des cinq principales villes	19,7	16,1
Montréal	4,7	8,0
Toronto	4,7	6,7
New York et Long Island	4,2	4,3
Québec	2,3	2,8
Ottawa		

5.2.2	La durée moyenne de séjour	Québec	Montréal
	A-Durée moyenne de séjour	1,82%	1,82%
	B-Selon l'origine		
	Québec	1,52	1,40
	Autres provinces canadiennes	2,04	1,83
	Autres pays	2,06	2,17
	États-Unis	2,12	2,10
5.2.3	Répartition procentuelle des jours d'occupation selon l'origine		
	Québec	38,6	23,3
	États-Unis	36,3	39,5
	Autres provinces canadiennes	21,4	26,2
	Autres pays	3,7	11,0
5.2.4	Taux d'occupation		
	A-Taux d'occupation global	71,8	51,6
	B-Taux d'occupation selon la classification		
	2 lys	61,6	50,2
	3 lys	83,2	42,5
	4 lys	79,0	48,8
	5 lys	62,4	42,8
	6 lys	68,5	61,9

C-Taux d'occupation selon le mois	Québec	Montréal
Juin	56,7%	46,5%
Juillet	79,5	48,0
Août	81,4	54,1
Septembre	68,5	56,5

5.2.5 Importance relative du tourisme de groupe

A-Importance relative du tourisme de groupe dans tout l'échantillon	21,8	17,3

B-Importance relative du tourisme de groupe selon la classe d'établissements		
2 lys	1,7	3,8
3 lys	7,5	3,6
4 lys	14,8	12,9
5 lys	20,6	30,4
6 lys	38,8	28,9

C-Importance relative du tourisme de groupe selon le mois		
Juin	19,7	18,2
Juillet	21,0	21,4
Août	18,4	14,0
Septembre	28,4	15,1

D-Importance relative du tourisme de groupe selon l'origine	Québec	Montréal
Québec	8,0%	4,3%
Autres provinces canadiennes	23,5	12,2
Autres pays	36,4	37,5
États-Unis	39,7	27,1